

**PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPEDA MOTOR
YAMAHA "SCORPIO" DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

FARIZHAL
0412015064/FE/EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2011**

SKRIPSI

PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA "SCORPIO" DI SURABAYA

yang diajukan :

FARIZHAL
0412015064/FE/EM

disetujui untuk ujian lisan oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Prasetyo Hadi, SE, MM

Tanggal :

Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi

Drs. Ec. Saiful Anwar, MSi
NIP. 030.194.437

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tugas penyusunan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Sepeda Motor Yamaha SCORPIO di Surabaya”**. dapat terselesaikan dengan baik.

Adapun maksud penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan agar memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur di Surabaya.

Sejak adanya ide sampai tahap penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Prasetyo Hadi, SE,MM. selaku Dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan dan memberikan saran yang sangat berguna bagi penyusunan skripsi ini.
5. Para dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

6. Buat Mama dan Papaku yang tercinta, serta buat saudara – saudaraku yang tersayang, tiada kata yang bisa ananda ucapkan, selain kata terima kasih yang sebanyak - banyaknya, karena beliauah yang selama ini telah memberi dorongan semangat baik material maupun spiritual, dan memberikan curahan kasih sayanginya sampai skripsi ini selesai.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat-Nya atas semua bantuan yang telah mereka berikan selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dengan terbatasnya pengalaman serta kemampuan, memungkinkan sekali bahwa bentuk maupun isi skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang mengarah kepada kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Sebagai penutup penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan sumbangan kecil yang berguna bagi masyarakat, almamater, dan ilmu pengetahuan.

Surabaya, Januari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAKSI	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Sebelumnya	6
2.2. Landasan Teori	7
2.2.1. Pemasaran	7
2.2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.2.1.2. Konsep Pemasaran	8
2.2.1.3. Bauran Pemasaran.....	9
2.2.2. Perilaku Konsumen.....	12
2.2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2.2.2.2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruh Perilaku Konsumen	13
2.2.3. Minat Beli Konsumen	16

2.2.4. Sikap	17
2.2.5. Norma Subyektif	19
2.2.6. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Konsumen.....	21
2.2.7. Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Konsumen	21
2.3. Kerangka Konseptual.....	22
2.4. Hipotesis	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional Dan Teknik Pengukuran Variabel	24
3.1.1. Definisi Operasional	24
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	26
3.2. Teknik Penentuan Sampel	27
3.2.1. Populasi.....	27
3.2.2. Sampel.....	27
3.3. Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3.2. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4. Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis	29
3.4.1. Teknik Analisis	29
3.4.2. Uji Hipotesis	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Diskripsi Hasil Penelitian	35
4.2. Analisis Data.....	37
4.2.1. Uji Validitas	37
4.2.2. Uji Reliabilitas	38

4.2.3. Uji <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	39
4.2.4. Uji Normalitas.....	40
4.2.5. Uji <i>Multicollinierity</i> dan <i>Singularity</i>	41
4.2.6. Uji <i>Outlier</i>	42
4.3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	43
4.3.1. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Minat Beli (<i>Y</i>)	43
4.3.2. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Sikap (<i>X</i> ₁)	44
4.3.3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Norma Subyektif (<i>X</i> ₂).....	45
4.4. <i>Structural Equation Model (SEM)</i> Dan Pengujian Hipotesis	45
4.4.1. Evaluasi Model Dengan <i>One - Step Approach to SEM</i> ..	45
4.5. Uji Kausalitas.....	48
4.6. Pembahasan	49
4.6.1. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Konsumen.....	49
4.6.2. Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Konsumen	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	51
5.2. Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Yamaha “SCORPIO” PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya Tahun 2009	3
Tabel. 3.1 <i>Goodness of Fit Index</i>	32
Tabel. 4.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Sikap (X_1)	35
Tabel. 4.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Norma Subyektif (X_2)	36
Tabel. 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Minat Beli Konsumen (Y)	37
Tabel. 4.4. Hasil Uji Validitas Dengan <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	38
Tabel. 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Dengan Koefisien <i>Conbach’s Alpha</i>	39
Tabel. 4.6. Hasil Uji <i>Construct Reliability dan Variance Extacted</i>	40
Tabel. 4.7. Hasil Uji Normalitas	41
Tabel. 4.8. Hasil Uji <i>Outlier Multivariate</i>	43
Tabel. 4.9. Hasil Uji <i>Unidimensionalitas</i> Minat Beli konsumen (Y)	44
Tabel. 4.10. Hasil Uji <i>Unidimensionalitas</i> Sikap (X_1)	44
Tabel. 4.11. Hasil Uji <i>Unidimensionalitas Norma Subyektif</i> (X_2)	45
Tabel. 4.12. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indeces</i>	46
Tabel. 4.13. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indeces</i>	47
Tabel. 4.14. Hasil Uji Kausalitas	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar. 2.1. .Bagan Kerangka Konseptual.....	22
Gambar. 4.1. Model Pengukuran & Struktural Sikap, Norma Subyektif dan Minat Beli Konsumen <i>Model Specification : One Step Approach</i> - <i>Base Model</i>	46
Gambar. 4.2. Model Pengukuran & Struktural Sikap, Norma Subyektif dan Minat Beli Konsumen <i>Model Specification : One Step Approach</i> - <i>Modifikasi</i>	47

PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA "SCORPIO" DI SURABAYA

Oleh :

FARIZHAL

ABSTRAK

Saat ini banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai model, desain, dan memberikan kualitas yang bagus dengan harga yang cukup bersaing. Hal ini membuat konsumen akan memilih produk yang mengandung atribut – atribut yang diyakininya relevan dengan yang dibutuhkannya. Minat seseorang untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh sikapnya terhadap perilaku atau tindakan pembelian dan norma subyektif, dimana persepsi seseorang bahwa orang lain yang baginya akan bertindak terhadap perilaku itu. Sikap merupakan salah satu faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan tindakan pembelian. Selain sikap dapat mendasari minat beli konsumen, maka faktor norma subyektif (*subjective norms*) juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh dari sikap dan norma subyektif terhadap minat beli konsumen produk sepeda motor Yamaha "SCORPIO" di Surabaya.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 110 orang (responden) calon pembeli sepeda motor Yamaha "SCORPIO" di Surabaya. Sedangkan sumber data yang digunakan berasal dari jawaban kuisioner yang disebar pada 110 responden dan kuesioner tersebut terdiri dari 9 item pernyataan yang dibagi menjadi 3 bagian. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan *structural equation modelling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa diduga Sikap berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen produk sepeda motor Yamaha "SCORPIO" di Surabaya, dapat diterima dan Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa diduga Norma Subyektif berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen produk sepeda motor Yamaha "SCORPIO" di Surabaya, dapat diterima..

Keywords : Sikap, Norma Subyektif dan Minat Beli Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa angin segar bagi perusahaan otomotif terutama dibidang sepeda motor, yang mana sangat dibutuhkan oleh banyak orang, selain harganya terjangkau dan juga mudah perawatannya.

Konsumen akan memilih produk yang mengandung atribut – atribut yang diyakininya relevan dengan yang dibutuhkannya. Untuk itu produsen perlu mengetahui bagaimana konsumen menilai atribut – atribut dari produk yang dihasilkan. Hal ini dikarenakan penilaian dari konsumen tersebut akan mempengaruhi niat beli konsumen..

Menurut Sigit (2006 : 82) niat adalah salah satu faktor internal (Individu) yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam proses pembelian, niat beli konsumen ini berkaitan erat dengan motif yang dimilikinya untuk memakai ataupun membeli produk tertentu.

Agar konsumen memiliki persepsi dan perasaan terhadap produk yang dikeluarkan perusahaan, maka produk harus benar – benar memiliki keistimewaan dan keunggulan tersendiri yang bisa membedakan produknya dengan produk pesaing, misalnya dengan melakukan inovasi, desain, dengan memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing, dengan begitu minat beli masyarakat akan tinggi

Minat seseorang untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh sikapnya terhadap perilaku atau tindakan pembelian dan norma subyektif, dimana persepsi seseorang bahwa orang lain yang baginya akan bertindak terhadap perilaku itu. (Schiffman dan Manuk (2000) dalam Sigit (2006 : 83)

Menurut teori *Reasoned Action* dan Fishbein (1975) dalam Sigit (2006 : 82), menyatakan bahwa tindakan seseorang adalah realisasi dari keinginan atau niat seseorang untuk bertindak dan faktor yang mempengaruhi minat adalah sikap pada tindakan dan norma subyektif yang menyangkut persepsi seseorang apakah orang lain yang dianggap penting akan mempengaruhi perilakunya.

Menurut Umar (2003 : 435) Sikap adalah merupakan sebagai evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang relatif terhadap suatu objek atau gagasan sebelum melakukan pembelian, Konsumen akan mempunyai kesetiaan terhadap produk apabila pihak perusahaan bisa memahami dan memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Oleh sebab itu pihak perusahaan harus bisa menjaga kepercayaan dan kualitas dari produk yang dihasilkan serta harus bisa membidik pasar dan menentukan segmen pasarnya.

Selain sikap dapat mendasari minat beli konsumen, faktor norma subyektif (*subjective norms*) juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Menurut (Hartono, 2007) Norma subyektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan

Menurut Sigit (2006) minat beli seseorang dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahra (2008) yang membuktikan bahwa norma subyektif berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan internet sebagai sumber pustaka.

Sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia bahkan dunia, perusahaan Yamaha memiliki tanggung jawab untuk memuaskan para pelanggan dengan berbagai keunggulan, misalnya kualitas disain, warna, simbol dan ciri khas tertentu yang mampu mendongkrak penjualan dan juga menciptakan kesan tersendiri di benak pelanggan. Ciri dan sifat inilah yang menjadikan perusahaan otomotif ini memiliki keistimewaan dimata konsumen jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya dan pada akhirnya akan dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membelinya.

Dari data yang diperoleh dari bagian penjualan pada PT. Surya Timur Sakti Motor yang terletak di Jl. Basuki Rahmat no. 45 - 47 Surabaya, dapat dilihat pada tabel 1.1, sebagai berikut .

**Tabel 1.1. Data Penjualan Sepeda Motor Yamaha “SCORPIO”
PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya
Tahun 2009**

Tahun 2009	Penjualan (Unit)	Kenalkan / Penurunan	Tingkat Pertumbuhan (%)
Triwulan I	439		
Triwulan II	123	-316	-71,98
Triwulan III	164	41	33,33
Triwulan IV	151	-13	-7,93

Sumber : PT. Surya Timur Sakti Motor Surabaya, 2009

Dari tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa minat beli konsumen akan produk sepeda motor Yamaha ”SCORPIO” pada triwulan ke II tahun 2009

mengalami penurunan sebanyak 316 unit atau turun sebesar 71,98% dari hasil penjualan pada triwulan I, Untuk triwulan ke III kembali mengalami kenaikan sebanyak 41 unit atau naik sebesar 33,33% dari hasil penjualan pada triwulan II, akan tetapi untuk triwulan ke IV kembali mengalami penurunan sebanyak 50 unit atau turun sebesar 30,49% dari hasil penjualan pada triwulan III.

Dari fenomena tersebut menunjukan bahwa selama tahun 2009, penjualan untuk sepeda motor Yamaha "SCORPIO" di Surabaya, tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh perusahaan, turunnya minat beli konsumen akan sepeda motor Yamaha "SCORPIO", ini kemungkinan disebabkan karena banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai model, desain, memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing.

Atas dasar hal tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : **"Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Yamaha SCORPIO di Surabaya"**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut di atas, maka perumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini yaitu

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Sepeda Motor Yamaha SCORPIO di Surabaya?

2. Apakah norma subyektif berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Sepeda Motor Yamaha SCORPIO di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu

1. Untuk membuktikan pengaruh dari sikap terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha “SCORPIO” di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh dari norma subyektif terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha “SCORPIO” di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai solusi alternatif dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat beli konsumen.

2. Bagi Peneliti Lain

Dapat digunakan sebagai tambahan khasanah perpustakaan, bahan referensi dan bahan masukan bagi penelitian lebih lanjut, yang berhubungan dengan masalah yang ada.